

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan.....	1
1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	2
1.3 Produk dan Layanan.....	2
1.4 Latar Belakang.....	3
1.5 Rumusan Masalah.....	15
1.6 Tujuan Penelitian.....	15
1.7 Kegunaan Penelitian.....	16
1.8 Sistematika Penulisan.....	16
1.9 Waktu dan Periode Penelitian.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 Pemasaran.....	18
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	19
2.1.3 E-Service Quality.....	19
2.1.4 Dimensi E-Service Quality.....	20
2.1.5 E- Satisfaction.....	20
2.1.6 Dimensi E-Satisfaction.....	21
2.1.7 Loyalitas Pelanggan.....	21

2.1.8	Dimensi Loyalitas Pelanggan.....	22
2.2	Hubungan Antar Variabel	23
2.2.1	Hubungan Antara <i>E- Satisfaction</i> dan Loyalitas Pelanggan.....	23
2.2.2	Hubungan Antara <i>E-Service Quality</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	23
2.2.3	Hubungan Antara <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>E-Satisfaction</i>	24
2.3	Penelitian Terdahulu.....	24
2.4	Kerangka Pemikiran	45
2.5	Hipotesis Penelitian.....	46
2.6	Ruang Lingkup Penelitian	47
	BAB III METODE PENELITIAN.....	48
3.1	Jenis Penelitian	48
3.2	Variabel Operasional dan Skala Pengukuran	48
3.2.1	Variabel Operasional	48
3.2.2	Skala Pengukuran	52
3.3	Tahapan Penelitian	53
3.4	Populasi dan Sampel	53
3.4.1	Populasi	53
3.4.2	Sampel.....	53
3.4.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	54
3.5	Pengumpulan Data	55
3.5.1	Data Primer	55
3.5.2	Data Sekunder	55
3.6	Teknik Pengolahan Data.....	55
3.6.1	Uji Validitas	55
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	57
3.7	Teknik Analisa Data.....	58
3.7.1	Analisis Deskriptif.....	58
3.7.2	<i>Structural Equation Model</i> (SEM).....	60
3.7.3	<i>Partial Least Square</i> (PLS)	60
3.7.4	<i>Outer Model</i>	60
3.7.5	<i>Inner Model</i>	61
3.7.6	Pengujian Hipotesis.....	61
	BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63

4.1	Pengumpulan Data.....	63
4.2	Karakteristik Responden	63
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	64
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Saat Ini.....	65
4.3	Hasil Penelitian.....	65
4.3.1	Analisis Deskriptif.....	66
4.3.2	Analisis SEM-PLS	77
4.4	Hasil Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>).....	77
4.5	Pengukuran Struktural (<i>Inner Model</i>)	82
4.5.1	Evaluasi Pengukuran Sampel.....	82
4.5.2	Uji Hipotesis.....	83
4.6	Analisis Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	85
4.6.1	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>E-Loyalty</i>	85
4.6.2	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>E-Satisfaction</i>	86
4.6.3	Pengaruh <i>E-Satisfaction</i> Terhadap <i>E-Loyalty</i>	87
4.6.4	Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Melalui E-Satisfaction	88
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	90
5.1	Kesimpulan.....	90
5.2	Saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA		xv
LAMPIRAN		xx